Stratégies

Le numéro un des offres d'emploi de la communication

Lire page 55



SAGA

Le Bon Marché à gauche toute

Lire page 40

DOSSIER

Les agences se préparent aux 35 heures

Lire page 49

Stratégies

ISSN 0180-6424

Le premier journal professionnel de la communication

N° 1086 29/1/1999 - 5,34€

Suzel Gilbert coiffe les médias du groupe L'Oréal

La présidente de SEO, l'agence médias de BDDP, va rejoindre L'Oréal, deuxième annonceur français, au poste créé de directrice des médias. Ses relations avec les deux services d'achat intégrés seront suivies de près. Lire page 14

Vers un accord franco-allemand

Havas et Bertelsmann sont sur le point de constituer une joint-venture dans la presse professionnelle pour développer cette activité en Europe. L'accord intervient après la réorganisation de Vivendi et de sa filiale Havas. Lire page 24

Vincent Nègre : les raisons d'un départ

Le couperet est tombé : faute d'avoir réussi à développer AP Lintas dans les métiers du hors-médias, Vincent Nègre ne préside plus le réseau américain en France. Il est remplacé par Philippe Bernard, de retour d'Espagne. Lire page 20

Pathé verrouille son capital

Vivendi et Canal+ ont racheté à Bolloré ses parts dans Pathé, détenant ainsi 24,6% du capital. Ils ont conclu un accord de préemption avec Jérôme Seydoux. Lire page 32

www.groupe-strategies.fr

BELGIQUE 256 FB - SUISSE 11 FS - CANADA 8,50 $CAN - ETATS-UNIS 5 $US - MARTINIQUE-GUADELOUPE 42 FF - REUNION 52,50 FF



Ces publicités qui ont marqué les Français



Perrier par l'agence Publicis. 92% des Français ont aimé cette campagne, meilleur score à la télévision

Les meilleurs scores Ipsos de 1998. Le verdict de l'institut d'études Ipsos est tombé. L'an dernier, les campagnes qui ont le plus marqué les Français, en termes d'agrément et d'impact, se situaient, à quelques exceptions près comme Perrier, dans le registre de la méchanceté. De la vraie méchanceté, avec ses boucs émissaires et ses crocs-en-jambe, parfois même à la limite du sadisme. Seconde grande tendance de l'année : nos compatriotes ne détestent pas qu'on leur montre les ficelles du métier. Lire page 10